

## A HÍRADÓ MINT IFJÚSÁGI MŰSOR<sup>1</sup>

### 1. A kutatás módszertana és céljai

A kutatás során 10 fókusz csoportos felvétel készült, ezek többsége 11–12-ik osztályos középiskolás korú fiatalok körében, kisebb része pedig 8–9-ik osztályosok körében. A fókusz csoportos beszélgetések 8–10 fiatal részvételével zajlottak, az alábbi témákban:

- Médiahasználati szokások, a médiahasználat mikro-környezete, a szülői felügyelet és kontroll jellemzői a gyerekek szemszögéből.
- Média és reklám: reflexió és értelmezés, a reklámok befolyásoló képessége, a fogyasztás értékrendje és a média.
- Média és értéktudat: milyen világot és valóság észlelést közvetít a média, mit vesznek át mindebből a gyerekek. Példaképek, forrásuk, média által közvetített életvezetési értékek.
- Média és erőszak: az erőszak értelmezése és észlelése a vizsgált korosztályokban, a hírműsorok értelmezése, erőszak a hírekben.

### 2. Média és a valóság reprezentációja<sup>2</sup>

A bennünket körülvevő világról kialakított kognitív reprezentációk és értékítéletek egyik legfontosabb forrása a média – hiszen kevés dolgot van módunkban saját, személyes tapasztalataink segítségével megismerni. E plauzibilisnek tűnő feltételezés igazolását számos, főleg kvantitatív vizsgálat

---

<sup>1</sup> Az egri konferencián elhangzott *A híradó mint ifjúsági műsor* című előadásom több kutatás eredményei alapján egy speciális, a központi témához illeszkedő válogatás alapján készült.

Az eredmények elsősorban a *Média hatása a fiatalokra* című nemzetközi konferenciákhoz (1998, 2000, 2005) kapcsolható kvalitatív és kvantitatív kutatásokból, és kisebb részben ELTE hallgatók kutatószemináriumi dolgozataiból származnak. Az összefoglalóban egy konkrét kutatás néhány kiemelt részletét mutatom be. Ezt 2005 tavaszán az Országos Gyermekmentő Szolgálat és az ORTT megbízásából Fűrész Gáborral közösen terveztük és hajtottuk végre.

<sup>2</sup> Az alábbi részletek a valóság reprezentációja és a hírműsorokról szóló fejezeteket tartalmazzák.

próbálta elvégezni. A fókusz csoportos felvételeken ez alkalommal, kvalitatív technikákkal próbáltunk rávilágítani a televízió közvetítette valóság és a világról alkotott személyes kogníciók közötti nagyfokú megfelelésre.

A csoportokon úgynevezett montázs technikát alkalmaztunk, melynek során arra kértük a résztvevőket, hogy *random* módon választott képek, fotók (azaz végső soron vizuálisan motivált, megkönnyített asszociációk) segítségével próbálják meg szimbolikusan jellemezni azt a világot, kort, amiben élünk (illetve azt az országot, jelen esetben Magyarországot, amelyben élnek). Ezt követően arra is megkértük őket, a médiában nap mint nap látott világot próbálják hasonló eszközökkel jellemezni.

A vizsgálat egyik fontos megállapítása, hogy e kettő jelentős mértékben összemosisodik. Azaz a világról, vagy Magyarországról kialakított kognitív reprezentációk jelentős része egyértelműen olyan sztereotípiák, séma, amely média-forrásból származik. Sok fiatal nem is tesz igazán különbséget a „világ amilyennek Te látod” és a „világ, amilyennek a média mutatja” között. A világról adott asszociációs jellemzés (azaz „jellemezd azt a világot, amelyben élünk”) alapelemei az alábbiak:

- A világot a  **folyamatos technikai fejlődés** jellemzi – ennek legfontosabb szimbóluma a fiatalok számára a gépkocsi, a motorizáció és a számítástechnika: szívesen hivatkoznak a gépkocsi reklámokra és a híres emberek által használt, elérhetetlen luxus járművekre.
- A világ alapállapota a „**folyamatos rohanás**”, a krónikus időhiány, illetve a verseny, a lemaradástól való félelem: a reklámok egyik fontos, a fiatalok által is egyértelműen beazonosított jelentés-síkja az „én-eladásra” való felkészítés. Ugyanebbe a kategóriába sorolható a média által kultivált test-kultúra is (wellness, egészséges életmód stb.).
- A jelen kor másik alapjellemezője a **fogyasztás**, melynek szimbólumai a bevásárlóközpontok és a reklámok: a fogyasztás egyfelől életcél, másfelől társadalmi elvárás (képes-e valaki csatlakozni a fogyasztói társadalomhoz, vagy leszakad).
- A kor – fiatalok által adott – negyedik jellemzője az **erőszak**. A „világ erőszakos”, „agresszív”, „kegyetlen” – ennek egyik kifejeződési formája a bűnözés, de ide kötik a rendőri erőszakot is, vagy a különböző, televízióban látott mozgalmakat, tüntetéseket.
- Ugyancsak a kor alapjellemezője a **pénzközpontúság**, amely egyben a világ amorális jellegének a szimbóluma: „piszkos”, „erkölcstelen világ”, ami „csak a pénzről szól”.
- Jellemzi még a korszakot a résztvevők meglátása szerint a **konformizmus**, az egyformaság – mely véleményük szerint, összefüggésben

van a média által kultivált trendekkel – azaz a divatos életmód uralkodó formáival.

- Végül a kor alapjellemezője a **média-orientáció**: a média, mint igazodási pont, mint kiemelt értékközvetítő elfogadása.

A média közvetítette világot a felsoroltaktól nem különböztetik meg élesen: a „média világa” is erőszakos, fogyasztás- és pénz-központú, de sokszor mindennek az ellentéte, azaz „idillikus”, harmonikus is. A hírműsorok a fiatalok észlelése szerint az erőszakra és a politikáról szólnak – ez utóbbi ugyancsak a kor szimbóluma, mivel a harc, a verseny és a pénz a „lényege”.

Azt is vizsgáltuk, milyennek látják az országot, amiben élnek. Ahogy a fókusz szűkül, természetesen úgy nő a személyes tapasztalatok súlya a reprezentációkban. Ettől függetlenül itt is uralkodó szerepet játszanak a média által kultivált sémák. Az alábbi jellemző asszociációs dimenziók adódtak:

- Magyarország a nyugatot utánozza, „**amerikanizálódás**”, saját kultúra elhanyagolása.
- **Nagy társadalmi egyenlőtlenségek**, „sok a szegény és a nyugdíjas”, úgy érzik a gazdagságot sokat látni (a televízió miatt), míg a nyomort inkább elrejt a média.
- Magyarország **leszakad, lemarad** – bár fejlődik, de nem éri utol a nyugatot.
- Sok a megoldatlan, megoldás nélkül hagyott probléma, **elhanyagolt ország**, piszok, a rend hiánya.
- **Fogyasztói társadalom** – multinacionális cégek, bevásárlóközpontok (többnyire pozitív szimbólum), modernizáció – másfelől egyformaság, tömeggyártás, „kötelező” trendek.
- **Politika** = értelmetlen, céltalan harc, veszekedés.
- „**Rohanó világ**”, időhiányos hétköznapiak.
- **Erőszak**, agresszív, egymáson átgázoló emberek, önzés, a szabályok megkerülése.
- „**Értékek**”: többnyire sport eredmények és természeti környezet.
- Pénz-központúság.
- **Média-központúság**: „nem elég jónak lenni valamiben, jól is kell kinézni”, „eladható külső”

A „média Magyarországot” is közel ilyennek látják, azzal a különbségtétellel, hogy a média középpontjában ma az ismert emberek, „sztárok” állnak, akik elsősorban a „pozitív” aspektusokat közvetítik. A média országa egyben azonban polarizáltabb, kontrasztosabb, mint a saját élményekkel kiegészített

kép. Az idill és a fogyasztás kultiválása mellett / szemben a politika és a bűnözés (de nem a szegénység és a nyomor!) reprezentációja áll.

Milyen a „média Magyarországa”, azaz milyennek mutatja a fiatalok véleménye szerint a televízió az országot:

- **Fogyasztás, reklámok:** idilli, konfliktusok nélküli világ, elvárás is a fogyasztás („a többség nem tudja megvenni azokat a drága autókat, mégis természetesnek mutatják be, mintha mindenkinek lenne”).
- **Hírműsorok világa:** politika, erőszak és bűnözés (többen azt is elmondják, hogy az „emberek nem érzik magukat biztonságban ahol élnek” és ebben a média világának is van szerepe). „A híradók az ország elmaradottságát mutatják be”. „A politikát egy komolytalan játéknak láttatják, aminek nincs is igazi tétje”. „A média meg is zavarja az embereket, sokszor nem tudják melyik információnak higgyenek”. „A külföldi árvizeket és szenvedést jobban bemutatják, mint a magyart”. „Afrikában nem tudom én kicsoda éhezik, de az, hogy pl. Magyarországon egy faluban esetleg valakik éheznek az nem fontos, mert arról nem kell tudni, csak a külföldről.”
- **Sztárok, ismert emberek vannak a média középpontjában:** „Azért, mert a televízió a sztárokról szól, tehát ugyanazok az emberek vannak nap mint nap a tévében. Ezt a képet meg azért választottam, mert szerintem egy hazug Magyarországot mutat be. Azt mutatja, hogy jobban élünk, mint ahogy valójában élünk. Tehát nem azt a réteget mutatja be, amiből több van Magyarországon. Inkább a felső tízezerből mutat többet, s egy szebb, jobb életet.”

### A világ, ahogy mi látjuk, és ahogy a média láttatja

| A VILÁG                     | A VILÁG A MÉDIÁBAN      |
|-----------------------------|-------------------------|
| Technikai fejlődés          | Idill, harmónia         |
| Folyamatos rohanás, verseny | Politika, verseny, harc |
| Fogyasztás                  | Fogyasztás              |
| Erőszak                     | Erőszak                 |
| Pénzközpontúság             | Pénzközpontúság         |
| Konformizmus                | Sztárok, szerepmoდეllek |
| Média központúság           | -                       |

### 3. Hírműsorok és az erőszakos tartalom befogadása

A hírműsorok nem tartoznak a fiatalok által kedvelt, tudatosan követett műsorok kategóriájába. Ennek ellenére szinte minden fókusz csoportos résztvevő arról számolt be: rendszeresen látja (főként az esti) híreket. Igaz, a csoport egy (kisebb) része kifejezetten kerüli a híreket, másik része követi rendszeresen, de nem tudatosan, inkább spontán, véletlenszerűen (reggel, vagy este).

*„Elkapcsolom, sosem nézem. Szinte soha.”*

*„Naponta kétszer. Nem tudom, reggel felkelek, akkor bekapcsolom az RTL-t vagy a TV2-t, aztán este is mindig beleakadok.”*

*„Nem szoktam nézni, anyuék szokták nézni, akkor belekukucskálok.”*

*„Nálunk is család nézi, szülők, és ha ott vagyok, akkor nézem, ha nem vagyok ott, akkor nem.”*

A híreket a többség kereskedelmi adókon nézi. Jellemző az is, hogy a család többi tagjával együtt. A hírekben látottak megbeszélése is jellemző, de általában csak a kiemelkedő hírekről, botrányokról beszélgetnek, nem túl gyakori a „politizálás”.

*„Hogyha ilyen oktatással kapcsolatos, az biztos arról mindig beszélünk. Ezek régebben voltak, talán pár hónapja az új érettségivel kapcsolatos hírek, ilyesmi, erről beszélünk. Mi volt még? Talán ennyi. Meg bármi más, ami ilyen kirívó, vagy felháborító, pont az a két éves gyereket megerősített az apja, tehát ami tényleg olyan hír hogy Urísten, mindenkit megüt.”*

A híradóknál jobban kedvelik a fiatalok a bulvár magazinokat, pl. a Naplót.

*„Szívem szerint a Naplót vagy a Frei Dossziét. Azt azért, mert ott nem csak egy hírt közöl az emberrel, és elmondja hogy ez és ez történt, egy adott hírt tüzetesen átvizsgál és mélyen belemegy. Például a Napló azért jó, mert két szempontból világítja meg a dolgot és azután mondja azt, hogy dönts el te hogy szerinted ez helyes, vagy nem. Én ott szoktam állni, hogy urísten, most akkor mit mondjak. Nem tudnék szavazni nagyon sok kérdésben miután, megnéztem a Naplót és mindkét álláspontot elmondták. Ez ezért jó, meg tök részletes.”*

A hírek értelmezésében is dominál a szórakoztató, bulvár jelleg. Egy átlagos híradóból úgy tűnik, nagyobb valószínűséggel emlékeznek a bulvár jellegű hírekre, azokat érdekesebbnek ítélik. A klasszikus belpolitikai híreket

(azaz a „politikát”) kerülnek, vagy sztereotípiák mentén szűrik („pártok sárdobálása” stb.).

A fókusz csoportos beszélgetésen megtekintett, véletlenszerűen kiválasztott híradóból egy árvízre vonatkozó és egy szokatlan balesetet taglaló hír ragadta meg a résztvevők figyelmét.

*„A német turistás hír (amelyben valaki kiesett egy szálloda erkélyéről) ragadt meg a legjobban, mert az mondjuk egy kicsit viccesnek fogható fel, azonkívül hogy mondjuk az ő számára meg a rokonai számára talán szerencsétlen eset volt, de külső szemlélőként kicsit vicces. Végül is le volt védve korláttal, illetve be volt zárva az ablak és mégis ki tudta törni az ablakot és ki tudott esni.”*

*„Szerintem nem ez a vicces. Ez a legérdekesebb hír szerintem is, de nem ezért, hanem azért hogy annak ellenére, hogy bukóablak volt, ami le volt zárva, tehát nem fér ki egy ember rajta, volt három korlát, és ennek ellenére kiszakította a korlátokat és kiesett. Na most egy ember ezt erő nélkül nem tudja megcsinálni. Hogyha ő öngyilkos akart volna lenni, akkor azt nyilván nem az ötödik emeletről teszi meg, hanem egy ház tetejéről, egy tizedikről, mert akkor biztosra megy. Ezt logikusnak gondolom.”*

*„Az árvizes meg a kizuhanásos (volt a leginkább megragadó hír). Az azért érdekes, mert nem ilyen átlagos hír volt, nem pártok közti viszályok.”*

A hírműsorok is képesek az előző fejezetben elemzett média – értékrend önkéntelen kultiválására:

*„M: Még ezzel kapcsolatos vélemények?*

*V1: Lemaradtam a ma esti híradóról.*

*V2: Egyébként ügyesen csinálja a Szász Károly, és ezért tisztelem. Olyan, mint a Kulcsár. Nyolc általánossal a Kereskedelmi és Hitelbanknál mit tudom én hány milliárdot sikkasztott.*

*V1: Mondjuk az a Kulcsár az....*

*V2: De nyolc általánossal!*

*V1: Szegénynek részesedése van bankban, meg diszkóban.”*

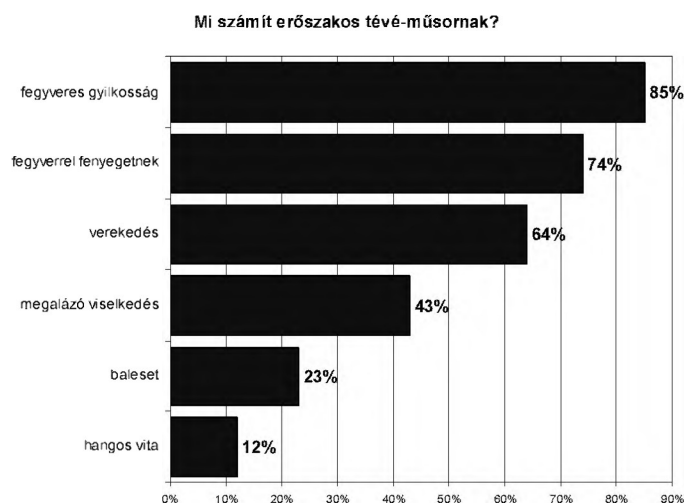
A hírműsorokkal szemben konkrét elvárásokkal rendelkeznek a fiatal nézők, egy híradóval szemben elvárják a direkt kommentárok hiányát (tulajdonképpen pártatlanság: „ne mondjon véleményt, csak történet”), az izgalmas jelleget („a nézőt készítse állásfoglalásra”), a objektivitást („járják

körbe az esemény minden oldalát – minden szereplőt szólaltassanak meg röviden”, „ne éljen feltételezésekkel”), a tömörséget.

A hírműsorok esetében teljesen természetesnek tartják, hogy erőszakos jelenetek szerepelnek bennük, „hiszen a világ is erőszakos”. Az erőszak és a szenvedés befogadásában, mint azt a balesetre vonatkozó hír értelmezésében láttuk, jellemző a távolságtartás, akár az áldozatok kinevetése formájában. A televízió elveszi az erőszakos események rendkívüliségét, csak egészen ritka, botrányos, vagy katasztrófa jellegű eseményeknél vált ki mélyebb értelmezést a felületes sztereotípiáknál.

A fiatalok egyébként nem érzik úgy, hogy túl sok, vagy elviselhetetlen mértékű erőszak lenne a tévében. A legtöbb erőszak szerintük a híradókban, az esti filmekben, a rajzfilmekben van. Az erőszakot elsősorban a fizikai bántalmazás formájában értelmezik (pl. két ember verekszik). Elutasítják a jelentés nélküli erőszakot (erőszak az erőszakért), de ez az elutasítás inkább felszínes, illetve a társadalmi elvárásoknak való megfelelésből fakad.

Az idősebbek valamivel erőszakosabbnak látják a médiát. Nemcsak a filmekben látnak erőszakot és az erőszak értelmezése is differenciáltabb: a durva testi erőszak mellett megjelenik a „lelki terror”. Ennek ellenére nem tartják ártalmasnak a televíziós erőszakot annak nézőire.



A kutatáshoz csatlakozott egy nagymintás *survey* is. Következtetéseinket természetesen a kvalitatív és a kvantitatív eredmények együttes elemzése alapján vontuk le. A közeljövőben fogjuk publikálni részletes eredményeinket. Előzetesként mutatjuk be a fenti ábrát, ami az „erőszak ingerküszöb” felfelé tolódását ábrázolja.